



TITLE:

<書を持って町に出よう> 「おおきに」のフィールドワーク

AUTHOR(S):

高橋, 寛

CITATION:

高橋, 寛. <書を持って町に出よう> 「おおきに」のフィールドワーク.
資本と地域 2004, 1: 46-47

ISSUE DATE:

2004-10

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/66121>

RIGHT:

＜書を持って町に出よう＞

「おおきに」のフィールドワーク

高橋 寛

「はい、お釣り、350円ですね。おおきに、ありがとうございます。」

京都の商店街を歩いていると、こういったやり取りは至って当たり前。それを言っているのが他ならぬこの私(東京出身)であるという事実・・・

東京から京都にやってきた私がぶち当たったひとつの壁は言葉だった。東京では、テレビを通じて知りえた程度の関西弁(一緒くたにするなど各地域の方にお叱りを受けそうだがあえてこう呼ばせていただく)が、京都では当たり前に使われている。「京都にいかん溶け込むか」を考えた私にとって、“相手に違和感がある”と、見よう見まねで京都弁を使ってみよう”それがひとつの答えだった。しかし・・・「おおきに」という言葉だけは越えられない巨大な壁だった。

「おおきに」

それは生粋の関西人のみが使うことが許される特別な言葉。

そういう想いがあったからだろう。そんな、偉大な関西言葉「おおきに」を初めて発したときの衝撃はたらないのである。「うおー言えてしまったあ!!」おそらく、地元の人にとっては違和感のある「おおきに」だったに違いない。しかし、当の本人意に介さず。すらすらと言えてしまった事実にただただ感動していたのであった。そして、その喜びはなるべくひた隠しにお客さんにお釣りを渡していた。

現在、都合のつく時間帯に上千本商店街のとある地点で立ち売りをしている。知り合いの農家をお願いして始めたことだ。

私の修士論文のテーマは「京都における振り売りの考察」。先行研究がほとんど無い中で、周囲のアドバイスを手がかりに進めている。京都の街中、至るところで目にする、生産者と消費者との野菜を通じたやり取り。そのやり取りがどんなものなのか、それが知りたい一心で、商い(振り売りのことです)をしている農家をお願いして、実際に売るということを始めてしまった。はじめは販売者である、農家のおばあちゃんについていき、商いの流れを追っていく。そして時を経た現在、立ち売りをしているというわけだ。

冒頭のおおきには、初めておばあちゃんの商いについていったときの、そのなかでのやり取りである。販売長であるおばあちゃんからは、「んまあ、東京から来た子なのに、ちゃんと“おおきに”なんてゆえるもんなんやなあ」などと驚かれ、笑われたものだ。それが今では、「お野菜どうですかー？」と道行く人に声をかけ、立ち止まる人とおしゃべりをし、トマトを秤に乗せ、

なすびを袋に詰め、お代をもらい、お釣りを渡し、おまけをつけ、「おおきに」といって締めくくる。振り売りについていった当初に比べたら、私の商いもいくらか板についてきたようだ。また、幸いなことに、商店街を行き交う方々にも認知され、かわいがってもらい、楽しく立ち売りをしている。

こうした経験から浮かび上がってくる「振り売り」(ここでは立ち売りですが)の実態は、私の修士論文に分厚く豊かな肉付けをしてくれそうである。そのキーワードは、「あざやかさ」「よびかけ」「しゃべり」「おいしさ」「おまけ」に集約される。

この時期旬の野菜は赤に黄、紫に緑と鮮やかだ。行き交う人の目を引く。そこで「お野菜どうですか？」と呼びかけると、足が止まり、「おいしそうね」「これいくら？」とおしゃべりが始まる。「これはね、少しひびが入ってるけれど、味はどうもないですよ。値引きしますしいかがですか？」「ちょっと曲がってるし、8本で¥100です。」「炊くの？焼くの？ああ、漬けるの。そしたらこれくらいの小さいなすびでいいですね。」お客さんに応じておしゃべりは変化し、お客さんは「それじゃ、これとこれをもらおうかな。」となる。ともすると、「それこの前ももらったけど、甘みがのってなかったよ。」という意見が寄せられることもある。そして最後に、「なすびもう1本つけとくわ」とか「このきゅうりで酢の物でも作ってや」とか、リピーターになってくれるようにおまけをつける。これが、振り売りのおよその流れ。

フィールドワークから見えてくる振り売りを通じた生産者と消費者のやりとりは、つまるところ人と人とのつながりであり、その考察が今後の論文執筆の鍵となる。生産者と消費者が農産物を直接取引することで、生産者は顧客を持つことに誇りを感じ、会話から自分の商品の質を確かめ、消費者の欲するものを知ることができる。一方の消費者は畑や作物の特徴を理解し、調理方法を教えてもらい、新鮮な野菜を手に入れることができる。こういった点は、振り売りが単なる販売の一形態なのではなく、相互・地域コミュニケーションの場として豊かな人間関係形成の場となっていることの証明となろう。以上は、現場に立ったからこそ確信できた境地だ。

当然のことながら、フィールドワークで得られるものは、書籍や論文から得られない現場の、生の実態である。また、自分が思い描いていた対象への理解の確認作業でもある。「こんな利点があるのか。」「かなり苦勞の多い商売だな。」「これまで考えていたことは、現状に叶っているな。」「どうも、これまでに推察していたことは思い違いだったようだ。」フィールドに出るたびに、この作業は繰り返され、そうして得られた知見は、論文に躍動感を与えてくれるだろう。

最後に・・・一介の学生に販売体験を許可してくだ

さった農家さん、アンケートの協力をはじめ振り売り
に対する想いや考えを提供して下さるお客さんへ。
高橋寛、この経験、このご縁を無駄にしないことを誓
います。みなさんご協力ほんまにおおきに。

(京都大学大学院農学研究科)